

# СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНЫХ ИГР

**О.Е. Лихачев<sup>1</sup>, С.Г. Фомин<sup>2</sup>, А. Фомин<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Смоленская государственная академия физической культуры, спорта и туризма,  
Смоленск, Россия

<sup>2</sup>Российский государственный университет физической культуры, спорта и туризма,  
Москва, Россия

Начиная с середины 80–х годов, Международный олимпийский комитет допустил спортсменов–профессионалов на Олимпийские игры. Это событие можно считать отправной точкой всеобщей современной профессионализации спорта. Спортивные соревнования и подготовка к ним,

которые ранее определялись как «высшее спортивное мастерство» превратились в разновидность шоу–бизнеса.

Особенно эта тенденция проявила себя в спортивных играх. Доход только от одной игры в зарубежном профессиональном футболе, хоккее, баскетболе давно превысил 1 000 000 долларов (это за рубежом). Финал кубка Англии (не говоря уже о Чемпионате мира) по футболу смотрели по телевидению более миллиарда зрителей! Представьте стоимость и доход от рекламы, который получил клуб в этом матче! За выход в четвертьфинал клубного первенства Европы футбольный клуб ЦСКА заработал свыше 100 миллионов рублей. Дальнейшее успешное выступление в этих соревнованиях могло бы принести в кассу клуба сумму большую в несколько раз. Бюджет ведущих клубов в суперлигах по футболу, хоккею, баскетболу уже превысил миллиард (1 000 000 000) рублей.

В профессиональном спорте на кону стоят очень большие деньги. Индустрия спорта входит в число пяти наиболее доходных отраслей бизнеса в мире. Поэтому и подходить к развитию любого профессионального клуба необходимо с позиции бизнеса, а не популистских лозунгов развития здоровья, популяризации спорта и т.д. Нужно четко различать задачи, стоящие перед профессиональным спортом, – это бизнес, и «спортом для всех», который выходит на первый план в нашей демографически умирающей стране, пораженной алкоголизмом, наркоманией и т.д., в которой население за последнее десятилетие сократилось более чем на пять миллионов человек.

Часто приходится слышать, что надо ориентироваться на своих воспитанников – это высказывание не соответствует реальности. Профессиональная команда комплектуется в зависимости от имеющихся средств и целей, которые собираются достигнуть. Таких примеров можно привести множество. Например: Санкт–Петербургский хоккейный СКА. Клуб из города, имеющего богатые хоккейные традиции и свыше десятка! спортивных школ различного уровня, – в команде один хоккеист, уроженец Санкт–Петербурга. Итальянский футбольный клуб «Интернационале» имеет огромную футбольную школу, десятки высококачественных футбольных полей – в команде один уроженец из Милана, половина игроков вообще не итальянцы. В Национальной хоккейной лиге в США и Канаде играет столько российских хоккеистов, что их хватило бы на половину команд российской суперлиги. Практически нет профессиональных команд, которые ориентировались бы только на своих, местных спортсменов.

Профессиональная команда не может состоять только из местных спортсменов – это давно сложившаяся аксиома. Основное правило функционирования профессионального спортивного клуба – затраты–эффективность, т.е. минимум затрат должен приносить максимум эффективности. Подавляющее число профессиональных клубов содержит многочисленную «армию» профессиональных селекционеров, которые по сем регионам ищут таланты. Это значительно дешевле и надежнее, чем готовить своих. А тезис – ориентироваться на свою молодежь, как правило, приводит к скрытому «проеданию», неэффективному расходованию руководством клуба выделенных денег и ничему больше. Кроме того, этот путь намного дороже, так как занимает не один год, и далеко не всегда на этом пути удастся добиться успеха. И не факт, что местные перспективные спортсмены не уедут, если им предложат в других клубах более выгодные условия. Учитывая, что воровство (так называемая селекция) перспективных спортсменов общепринятое явление. Будете этих ребят ругать? Зря. Спортивный век короток. И они тоже хотят хорошо жить.

Основная проблема, которая не позволяет российским профессиональным клубам подняться до ведущих профессиональных клубов Европы, не говоря уже о клубах США, является отсутствие возможностей самим зарабатывать необходимые средства, отсутствие основных фондов. Ведь профессиональный клуб во всем мире – это проект экономический, это современное предприятие шоу–бизнеса, а не социальный, как в нашей стране. И пока не решен вопрос о спортивной базе клуба (в собственности, или в долгосрочной аренде основных фондов), с помощью которой возможно частично снизить нагрузку на бюджет и сделать клуб коммерческим предприятием шоу–бизнеса любой проект создания профессионального клуба представляет собой проект–пустышку и все выделенные бюджетные миллионы раньше или позже уйдут «в песок». И таких примеров можно найти множество практически в каждом российском регионе. И в хоккее, и в футболе, и в баскетболе, и в других игровых видах спорта. Пока, что эта коммерческая сфера деятельности в российских спортклубах реализуется по сравнению с зарубежными спортивными клубами очень слабо. И вина за такое состояние дел лежит не только на самих клубах, но и на руководстве тех регионов, где эти клубы расположены.

Интересен опыт становления профессионального хоккейного латвийского клуба «Динамо». Причем в отличие от нашей страны в Латвии хоккей не является популярным видом спорта.

М.Глебов<sup>1</sup> отмечает в своей статье под символическим подзаголовком « Почему рижское «Динамо» выигрывает без больших денег», что клубу для того чтобы попасть в розыгрыш хоккейного первенства (КХЛ), куда допускались команды с минимальным бюджетом \$15 пришлось изрядно потрудиться. Дело в том, что клуб рижский «Динамо» это не социальный проект (т. е. существующий на бюджетные деньги), а экономический – коммерческое предприятие. Чтобы собрать необходимые мероприятия была проделана огромная работа по привлечению болельщиков и в результате в не хоккейной стране удалось добиться одной из наиболее высокой посещаемости хоккейного чемпионата в среднем около 7000 человек на матч (стало быть, хоккейный дворец позволяет). Далее запустили продовольственную линию с логотипом клуба – все деньги в кассу клуба и т. д.! Жизнь заставила искать заработки и они были найдены.

В прессе активно муссировались приобретение наших олигархов – сначала Абрамович приобрел футбольный лондонский клуб «Челси» а затем и Прохоров собирается приобрести (или уже приобрел) баскетбольный клуб США «Нью-Йорк Джерси Нетс». Есть и другие примеры. Эти сделки вызвали настоящую волну возмущения россиян. Но это возмущение возникло от некомпетентности людей, освещавших эти сделки. Наши олигархи приобрели не клубы в Лондоне и Нью-Йорке, а землю в этих городах, на которых расположены эти клубы. Без приобретения этих клубов власти даже не допустили бы их к конкурсу на приобретение этой земли. Клубы служили лишь поводом, ширмой, а основное – приобретение очень дорогих участков земли в этих мегаполисах, на которой расположены и будут строиться новые различные коммерческие предприятия: магазины, жилые дома и т.д., т.е. это просто приобретение нового бизнеса. И у наших клубов было бы достаточно желающих их приобрести, но за ними ведь ничего нет. Ни собственности, ни земли.

На сегодняшний день, администрациям различного уровня легче выделить необходимые средства из бюджета, или «привлечь» с помощью административного ресурса спонсоров, чем организовать действительно коммерческое предприятие – профессиональный спортивный клуб. А тем паче выделить землю для создания соответствующей спортивной базы... Цена вопроса создания профессионального клуба колеблется от 10 миллионов в первой лиге до свыше 1 миллиарда рублей в суперлиге. К чему приводит такое нерациональное расходование бюджетных средств? К тому, что денег на развитие «Спорта для всех», на оздоровительные занятия населения страны физической культурой, конечно же, не хватает.

Естественно путь развития «потемкинского» профессионального спорта приводит, и будет приводить (пример Ванкувера) к утрате позиций завоеванным Советским спортом не в столь давние времена. И в тоже время, к невыполнению декларируемого и поддерживаемого как президентом, так и премьер министром страны и постоянно муссируемого в постановлениях правительства и средствах массовой информации необходимости развития детского и молодежного непрофессионального спорта (а воз и ныне там...).

Упорядочение, рационализация расходов на коммерческие профессиональные клубы позволит значительно улучшить финансирование школьного и студенческого спорта. Ведь финансирование этих сфер носит просто катастрофический характер: нет лыж, нет другого спортивного оборудования большинство спортивных площадок в школах и в других учебных заведениях или разрушено, или отдано под коммерческую застройку.

#### Литература:

1. М. Глебов. Победы эконо́м – класса. Почему рижское «Динамо» выигрывает без больших денег? /М. Глебов. – Известия.–25.03.2010. – С.11.